EL CESAR SE ALIMENTA

EL CESAR SE ALIMENTA
Edición No. 3, Mayo / Junio de 2011
Publicación Bimensual del Equipo Estratégico del Proyecto de Autonomía Alimentaria en 12 Municipios del Sur y la Ribera del Cesar.

El negocio alimentario:

Menos hambre

y más ingresos para todos

Páginas 10 y 11

Vendedor ambulante de alimentos en Astrea, Cesar. Fotografía: Delwin David Pérez.





COLOMBIA

El proyecto "Construcción Participativa de una Propuesta de Desarrollo Territorial con Perspectiva Alimentaria en 12 municipios del Sur del Cesar" es financiado con recursos de la Unión Europea.



UNIÓN EUROPEA







Editorial

Zonas de reserva alimentaria:

Suelo fértil

para la democracia y la gobernabilidad.

Por: Néstor Mendieta Cruz.
Coordinador General Proyecto de Autonomía Alimentaria en 12 Municipios del Sur y la Ribera del Cesar.

Finalmente, fue inevitable la incorporación de la seguridad alimentaria a la agenda del alto gobierno. Y no podría ser de otra forma: la inseguridad alimentaria y el hambre han aumentado tanto que es imposible ignorarlas. Según la Encuesta Nacional de la Situación Nutricional ENSIN, en Colombia la inseguridad alimentaria pasó de afectar al 40% de las familias en el 2005 al 42,7% en el 2010. Esto significa que, aproximadamente, un millón de personas más se suman a la ya larga lista de seres humanos que padecen hambre en nuestro país. Y en el mundo las cosas no andan mejor. De acuerdo con la FAO, en enero pasado los precios de los alimentos llegaron a su más alto nivel desde 1990 y la volatilidad de los mismos ha llevado a que más de mil millones de personas en el planeta padezcan de hambre.

Ya en lo que tiene que ver con las soluciones a semejante problema, hace pocos días la revista Semana publicó un artículo en el que señalaba que "hay cierta coincidencia, a nivel de gobiernos y expertos, en que las soluciones pasan por aumentar la inversión en agricultura, extender la frontera agrícola para ganar nuevas tierras cultivables, mejorar la tecnología, la productividad y el rendimiento por hectárea". Pero, la gran disputa se centra en "si el camino es la tradicional agricultura intensiva, como la de Estados Unidos, o el apoyo a un tipo de cultivo más sostenible, basado en la pequeña y mediana explotación"[1].

Justamente, ese fue el escenario que presenciamos en el Acuerdo por la Prosperidad sobre Seguridad Alimentaria, realizado en Valledupar el pasado 2 de abril. Allí concurrieron aquellos que impulsan el cultivo a gran escala de algunos alimentos, con el fin de disminuir los costos de producción y colocarlos a precios competitivos en los mercados con programas como, por ejemplo, País-Maíz. Por supuesto, no plantearon mayores reparos ambientales ni precisaron la manera como los campesinos desposeídos van a ser incluidos en estos grandes negocios. Y, por la otra parte, se destacó la propuesta de Zonas de Reserva Alimentaria, presentada por el gobernador y las comunidades del Cesar, en la que el énfasis se centra en una forma de producción de alimentos ambientalmente responsable, destinada a mejorar la autonomía alimentaria, preservar las culturas alimentarias y garantizar el derecho a la alimentación de los pobladores del territorio.

Claramente, puede apreciarse que las dos propuestas no son incompatibles y que incluso podrían complementarse para beneficio de todos. Sin embargo, es importante plantear algunas consideraciones al respecto:

En primer lugar, la producción de gigantescas áreas de maíz, soya o trigo, corresponde al mismo modelo de producción que se ha venido impulsando en las últimas décadas y que, por diferentes causas, ya no parece alcanzar su propósito de entregar alimentos baratos a los consumidores. En estos mega-negocios, que requieren insumos provenientes de mercados externos, si los precios del maíz suben en el resto del mundo, terminan también por incrementarse en las mismas zonas donde el grano se cultiva.

En segundo lugar, continuar ignorando la dimensión ambiental es un acto suicida ¿Cómo quedan los suelos después de la explotación de cultivos de miles de hectáreas de un solo producto? ¿Cómo quedan los cuerpos de agua después de ser destinados a agresivos sistemas de riego para la producción intensiva? ¿Qué pasa con la variedad de semillas y razas cuando toda la producción se realiza con un solo tipo de semilla tecnificada? Es cierto que se necesita generar productividad y rentabilidad, pero entre más tarde se incorpore la variable ambiental para lograrlo menores serán las posibilidades de supervivencia de nuestra descendencia.

En tercer lugar, para un departamento como el Cesar, que tiene las mejores tierras cultivables de la costa Atlántica pero que a la vez tiene a la mitad de sus familias en hambre, la situación puede ser muy contradictoria. El Cesar podría terminar siendo un territorio que alimenta muy bien a personas de ciudades lejanas pero que no logra mitigar el hambre de sus habitantes. Es imperativo que quienes promueven los grandes agro-negocios asuman que el territorio del Cesar es mucho más que sus codiciados suelos. El territorio del Cesar es un espacio poblado por seres humanos, en el que han hecho vida algunas de las culturas más representativas y maravillosas de nuestra nación.

A manera de balance podríamos decir que, aunque el único acuerdo que fue firmado en la jornada fue el de País-Maíz, las comunidades del Cesar no pasaron en blanco en el Acuerdo por la Prosperidad. Por una parte, los grandes agro-negocios encontraron un ambiente muy propicio que sin duda les facilitará su expansión. Ojalá dicha expansión no se produzca sin las consideraciones necesarias hacia el medio ambiente y hacia las culturas alimentarias locales. Pero, por el otro lado, la propuesta de Zonas de Reserva Alimentaria, proveniente de las comunidades cesarenses, alcanzó numerosas y valiosas adhesiones entre las delegaciones comunitarias de otros departamentos, entre ONG's especializadas e incluso impactó positivamente a algunos funcionarios del alto gobierno y de las oficinas de Naciones Unidas.

Fue así como, para este editorial, el aspecto más significativo de la jornada lo constituye la incidencia que la propuesta de las comunidades del Cesar tuvo sobre el gobierno departamental. Éstas, junto con su gobernador, mostraron al mundo su capacidad para concebir y dinamizar soluciones propias que se basan en el desarrollo de su identidad y que sin duda señalan una vía hacia la democracia y la gobernabilidad.

> ***"El Cesar podría terminar siendo un territorio que alimenta muy bien a personas de ciudades lejanas pero que no logra mitigar el hambre de sus habitantes. Es imperativo que quienes promueven los grandes agro-negocios asuman que el territorio del Cesar es mucho más que sus codiciados suelos."***

EL CESAR SE ALIMENTA
Edición No. 3, Mayo / Junio de 2011
Publicación Bimensual del Equipo Estratégico del Proyecto de Autonomía Alimentaria en 12 Municipios del Sur y la Ribera del Cesar.

Comité de Redacción:
Elizabeth Martínez
Mauricio Meza
Luis H. Briceño
Mariela Mantilla Navas
Néstor Mendieta Cruz
José Luis Muñoz Ríos

Coordinación Editorial:
José Luis Muñoz Ríos

Colaboradores:
Pedro Pablo Rincón
Equipo Periodístico Alimentario Regional

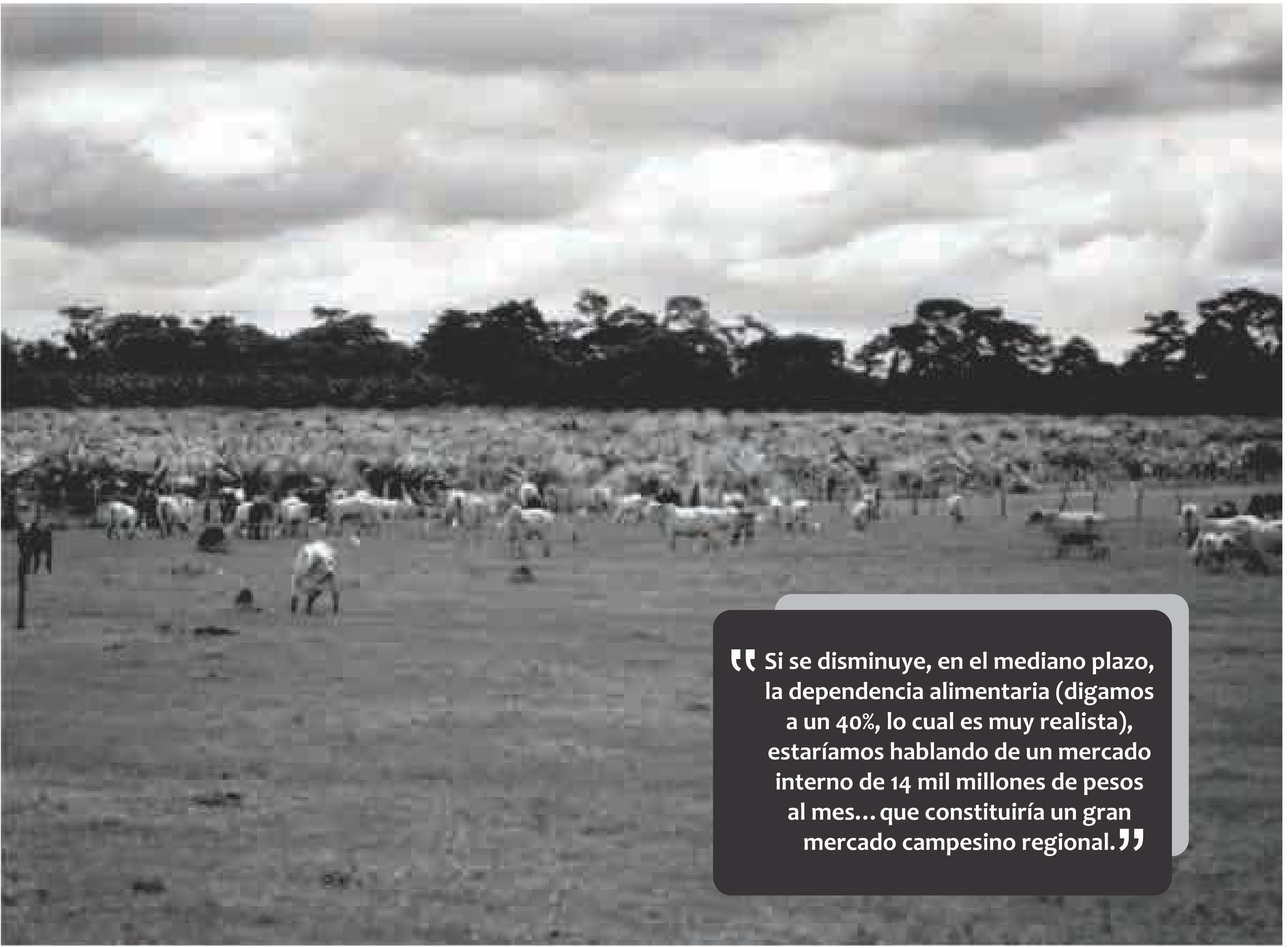
Fotografías:
María Nancy Robles G.
Delwin David Pérez
Adriano Lemus Castrillón
Martha L. Rincón Paredes
Nexy Liliana Chinchilla
José Luis Muñoz Ríos

Diseño y Diagramación:
Domingó

www.dialogoalimentario.ning.com

1Comida a precio de oro, Revista Semana: http://www.semana.com/economia/comida-precio-oro/153979-3.aspx

Negocios campesinos
versus grandes negocios.



El ganado y la palma aceitera ocupan la mayor parte de los suelos dedicados a la producción alimentaria en El Cesar. ***Foto: Delwin David Pérez.***

Por: Luis Hernando Briceño M.
Economista del Programa de Desarrollo y Paz del Magdalena Medio, especialista en desarrollo regional.

Un indicador de la actual crisis mundial de alimentos fue el aumento de sus precios en 32% durante el año 2010. Así lo informó al mundo el Fondo Monetario Internacional. Esto significa que la demanda fue mayor que la oferta, que las cosechas disminuyeron a nivel global y que buena parte de las protestas de los movimientos sociales, en diferentes partes del planeta, son respuestas a lo que se ha llamado la “crisis de escasez”, que involucra recesión económica, cambio climático y crisis alimentaria.

El mundo se debate entre dos modelos para enfrentar la hambruna mundial. Por un lado, el modelo de las grandes áreas cosechadas, con base en monocultivos y la búsqueda de altos rendimientos. Por el otro, la agricultura en manos de pequeños y medianos productores, con base en formas de producción diversificada, que no basan su eficiencia en altos rendimientos sino en la sostenibilidad de su producción para el autoconsumo y el mercado local. Estos dos modelos expresan, también, la tensión entre una producción volcada a productos agroindustriales o energéticos y una producción orientada a la obtención de alimentos básicos o tradicionales.

El reto es grande, pues más de la mitad de la población mundial, unos 3 mil millones de personas, el 60% del total, habita los espacios rurales, la mayoría en condiciones de pobreza. A estos grupos humanos, constituidos especialmente por campesinos, les toca alimentarse y alimentar al resto del mundo. La FAO estima que en los próximos 40 años se debe aumentar en más del 70% la producción de alimentos, de acuerdo con las proyecciones demográficas[1]. La superficie adicional de tierras requerida para ese propósito ascendería a 120 millones de hectáreas, y ellas parecen ser insuficientes, pues en el mundo las compras de tierras con fines especulativos y para valorizarlas en proyectos agroindustriales o energéticos es enorme.

La situación del Cesar

Este contexto global se expresa localmente en el departamento del Cesar, en donde el área para la producción de alimentos no supera el 6% de la frontera productiva. La mayoría de ésta, el 75%, es ganadera. Dentro del área de cultivos agrícolas, los llamados permanentes toman ventaja sobre los transitorios, estos últimos característicos de la economía campesina[2]. Dentro de los permanentes sobresale la palma aceitera, cultivo que duplicó su área entre 1990 y 2005, pasando de 16.000 a más de 32.000 hectáreas en este período[3].

[1] *Banco Mundial. Informe anual 2008.*
[2] *CDPMM-OBUSINGA-COMPROMISO. El Cesar se Alimenta. No.1, febrero de 2011. “¿Campesinos sin Tierra o Desarrollo sin Campesinos”?*
[3] *Estimativos del autor, con base en “El Cesar en Cifras”, 2007 y 2008.*



Con una estructura productiva diversa, la explotación campesina puede diversificar su oferta para el mercado local o regional.
Foto: Delwin David Pérez.

La defensa del modelo de economía campesina basado en la producción familiar, de pequeñas áreas, no es un asunto de capricho. Son varias las razones:

En primer lugar, el campesinado pequeño pesa como sector demográfico rural. En efecto, el campesinado representa cerca del 74% del total de predios, aunque sobre un área que significa sólo el 21% del total de la superficie (por efectos de la concentración de la tierra[4]).

En segundo lugar, la forma de explotación campesina es eficiente, en relación con los grandes predios, pues su estructura productiva es diversa, alejada del monocultivo, lo cual previene del riesgo al campesino, al contar con varias actividades y poder diversificar la oferta para el mercado local o regional.

En tercer lugar, a diferencia de los grandes predios dedicados a la ganadería o agroindustria, en la producción campesina la mano de obra es familiar y ello se vuelve demanda masiva de servicios y productos locales, en comparación con mano de obra asalariada que trabaja en la región pero no vive en ella.

En cuarto lugar, la economía campesina cuenta con recursos que no se monetizan, incluida la mano de obra, lo cual explica su competitividad frente a las grandes explotaciones, en donde todo se monetiza y no se dispone de los recursos internos o domésticos que si posee la economía campesina[5]. Estos recursos "domésticos" son ahorros internos, expresados en insumos propios de la finca como mano de obra, intercambios locales, servicios ambientales, entre otros[6]. Vale la pena recalcar el alto valor de la biodiversidad, un "capital" que no posee el empresario: éste lo subvalora, porque de hecho no paga el costo de su uso y se expresa generalmente como "deterioro ambiental".

Más allá de las anteriores consideraciones, sobresale un argumento contundente: la economía campesina de pequeños y medianos productores concibe la tierra y el territorio como su hábitat y no sólo como un activo productivo. Por lo tanto, su ocupación productiva es vital y lo que está en juego es un modo de vida que resulta ser eficiente en lo económico y sustancial desde la construcción cultural del territorio.

[4] *Estimativos del autor con base en cifras prediales, en donde las unidades campesinas se estiman entre 0 y 50 hectáreas.*
[5] *Estos recursos internos que no se monetizan, necesariamente, constituyen la "economía doméstica", aspecto estudiado ampliamente por investigadores como Jaime Forero, de la Universidad Javeriana.*
[6] *Los grandes productores empresariales (capitalistas) que no son dueños de la tierra, pueden tener más altas productividades, pero sus costos los llevan a ser menos eficientes.*



Paisaje "típico" de la gran agricultura moderna, caracterizada por el uso intensivo de maquinaria y energía y reducción extrema de la diversidad.
Foto: www.traxco.com

Un negocio posible

De acuerdo con lo anterior, las condiciones de producción de alimentos para el campesinado cesarense son óptimas. El negocio campesino puede desenvolverse con más eficiencia que el modelo agroindustrial de monocultivo. En el escenario concreto de los 12 municipios del Cesar en donde el Proyecto de Autonomía Alimentaria actúa, el gasto actual en alimentos representa una cifra cercana a 24 mil millones de pesos mensuales, correspondiente a la demanda de 64 mil familias. Si se supone que hoy, por efecto de la dependencia alimentaria, el 70% de esos alimentos es de procedencia externa, se está hablando de un mercado interno de 7 mil doscientos millones de pesos al mes, o de más de 85 mil millones de pesos al año. Evidentemente un gran negocio, en el cual podría tener más presencia el campesinado.

Si se disminuye, en el mediano plazo, la dependencia alimentaria (digamos a un 40%, lo cual es muy realista), estaríamos hablando de un mercado interno de 14 mil millones de pesos al mes (el doble del que se presume), que constituiría un gran mercado campesino regional.

Esto es posible, mediante el impulso de mecanismos locales de promoción de esta idea, a través de la constitución de organizaciones campesinas locales fuertes que asuman el reto. De ahí en adelante, se trataría de construir las redes locales de mercado e impulsar planes de negocios que lo concreten. Es un sueño posible, que demanda la voluntad política de otros actores sociales, especialmente de las élites políticas, en el entendido que es un negocio no sólo para el campesinado sino para la sociedad en su conjunto.

No es gratuito que los organismos multilaterales como el Banco Mundial, la FAO y el Fondo Monetario Internacional, entre otros, estén promoviendo una especie de re-campesinización del mundo. La crisis alimentaria así lo exige y se ha constatado que el modo de producción campesino es eficiente para superarla.

> **"... la economía campesina concibe la tierra y el territorio como su hábitat y no sólo como un activo productivo... su ocupación productiva es vital y lo que está en juego es un modo de vida que resulta ser eficiente en lo económico y sustancial desde la construcción cultural del territorio."**

Es posible y deseable impulsar políticas públicas adecuadas que respalden y estimulen el modo campesino de producción en condiciones de autonomía alimentaria, lo cual implica mayor presupuesto público a la seguridad alimentaria y nutricional, expresado en subsidios directos, en apoyo al entorno de infraestructura y de acopio, en vías terciarias, en promoción de la educación, especialmente agroecológica, y en la adopción de sistemas de información que apoyen la acción de producción - comercialización campesina, con información de precios, mercados, demanda, calidades, etc.

Ya comenzó el proceso en el Cesar, la tarea es darlo a conocer y llevar sus resultados, ojalá exitosos, a todas las zonas del país. Resta consolidarlo y así demostrar que los negocios campesinos, en un sentido estructural, son la salida a la crisis alimentaria. Por ahora, tienen la palabra las élites políticas y económicas del Cesar y, por qué no, las del país.

Una estrella ilumina
la economía alimentaria indígena del Cauca.



Participantes del Conversatorio sobre Monedas Locales para la Autonomía Alimentaria. *Foto: José Luis Muñoz R.*

Por José Luis Muñoz R.
Coordinador de Comunicación Proyecto Autonomía Alimentaria.

El sábado 14 de mayo de 2011, un grupo de personas vinculadas al Proyecto de Autonomía Alimentaria participó en un conversatorio sobre monedas locales y alternativas. Como invitado especial se contó con la presencia de Ramiro Castro, un joven dirigente de la Asociación de Cabildos Indígenas de Norte del Cauca ACIN, quien compartió con el grupo la experiencia de moneda local que se ha venido adelantando en esta zona.

Hablar de monedas locales o del valor del dinero con una persona proveniente de las comunidades indígenas con más arraigo e importancia en el país, como lo son las organizadas en Cabildos en el norte del Cauca, es adentrarse en otras sensibilidades y percepciones sobre la vida, los valores y los principios que nos guían como sociedad. Por lo tanto, es una experiencia de aprendizaje única, en la que tenemos que aceptar que nuestro papel consiste más en escuchar atentamente las voces conectadas directamente con la naturaleza y el flujo directo de la vida, como lo es, en efecto, la que representa nuestro interlocutor.

Tejidos de Vida, hilos y tules

Para empezar, entender que en su territorio se habla de Tejidos de Vida como formas organizativas, y que Ramiro Castro pertenece al Tejido Económico Ambiental del Territorio de la Cxab Wala Kiwe - Territorio del Gran Pueblo, una región donde conviven cerca de treinta comunidades indígenas diferentes: Paeces, Guambianos, Coconucos, Nasas, Ambaloes, Totoroez, Cholos, etc., para solo nombrar algunos de los pueblos más reconocidos en el país.

Cuatro tejidos más completan la organización: el Tejido Justicia y Armonía, Tejido Defensa de la Vida, Tejido Pueblo y Cultura y el Tejido Comunicación y Relaciones Externas para la Verdad y la Vida.

Territorio y Autonomía Alimentaria

Y como en cualquier tejido, todo está entrelazado, de forma que no se puede entender la experiencia de la moneda local fuera del contexto de la defensa de la vida y del territorio como propósito fundamental de la autonomía alimentaria. El territorio, subraya Ramiro Castro, es el espacio global de la vida, la Casa Grande: *"Este trabajo lo centramos mucho en el tul, el tul es el centro fundamental y principal como fuente de alimento a la familia, donde interactúa la familia y el fogón, y en torno al fogón se está produciendo la comida…es como la neverita que tenemos para tener el producto fresco e inmediato…Esto implica capacitación a las familias, a la gente, que ellas mismas sean conscientes de que lo que se debe garantizar para el consumo tiene que ser limpio, tiene que ser alimento sano, tiene que ser orgánico, que cuando usted lo coma fortalezca la vida como un espacio general, no sólo el de la vida humana sino la vida de la naturaleza, del espíritu…"*

Territorio y vida, por lo tanto, son inseparables, al punto de que no se puede concebir un indígena por fuera de su tierra: *"Un indígena que pierde su territorio está condenado a desaparecer"*, afirma de manera enfática Ramiro,

Una Estrella donde no llega dinero

Sin embargo, en el día de hoy, una familia indígena que viva lejos de los centros poblados, con poco contacto con el dinero, puede también ver en riesgo su autonomía alimentaria: *"…eso hace que tengamos que acudir a una moneda para que la gente acceda a unos alimentos que ya no producen…entonces, a esa familia se le entrega esa moneda, de acuerdo a lo que ella produce, y con eso va y compra lo que necesita… eso implica que tenga que haber una figura de acuerdo entre unas tiendas comunitarias, las tiendas familiares y una tienda digamos zonal o la distribuidora…"*



Ramiro Castro, dirigente de la Asociación de Cabildos Indígenas de Norte del Cauca. *Foto: José Luis Muñoz R.*

La Estrella, nombre que ha recibido la moneda complementaria, pretende ser una solución práctica a un problema en la región. Hasta el momento, sólo se ha puesto de manera experimental, como un ejercicio pedagógico, en ciertas ocasiones como encuentros o mingas. Cada Estrella tiene un valor equivalente a mil pesos, la denominación más grande que han puesto en circulación: *"Nosotros lo aplicamos en tiendas comunitarias, tiendas familiares, asociativas y la distribuidora comercial ACIN, entonces si usted vino y trabajó y ayudó a recoger o a limpiar el cultivo, entonces le doy 15 estrellas, lo que vale el jornal, 15 mil pesos, y usted ya con las 15 estrellas va y compra en la tienda o le compra a otro productor que tenga la moneda…"*

¿Monedas o gruesos billetes?

Ramiro Castro responde a todas las inquietudes del conversatorio sobre cómo ha funcionado la experiencia y hasta donde la han llevado por el momento. Relata las innumerables ideas que se han tejido para darle impulso a la moneda, la apariencia que debería tener el billete (no podría faltar una mata de coca y la figura de un indígena), la institución que le daría respaldo (una especie de banco Nasa) y, por supuesto, todos los riesgos a que se expone cualquier moneda como son la falsificación, la especulación o la desconfianza de la gente: *"Hay un compañero con el que nos sentamos a trabajar la parte económica que dice que ese ´cheque chimbo´ no va a funcionar el Santander de Quilichao, que si necesitamos comprar una camisa no va a funcionar, pero entre nosotros si tiene que funcionar…No podemos decir que vamos a excluir la moneda totalmente, vamos a jugar con las dos, pero vamos a suplir necesidades más urgentes a partir de la moneda complementaria o alternativa".*

Todas estas respuestas dejan en claro varias características de la moneda complementaria:

· La Estrella no será una moneda que excluya o reemplace el Peso.
· Será utilizada para adquirir productos de primera necesidad como alimentos y no para objetos como electrodomésticos, inmuebles, etc.
· No será una moneda para atesorar o especular.
· Su uso se limitará a un territorio o comunidad específica.

Una moneda más valiosa que el oro

Sin embargo, junto a las características mencionadas antes, Ramiro Castro piensa que la Estrella tiene que encontrar su propia escala de valor, de manera que se convierta en una moneda significativa y consecuente con la cultura que le da origen: *"Si para afuera el mayor valor de acumulación lo da el oro, nosotros podemos pensar en la producción limpia y orgánica de alimentos como nuestro oro, eso vale más que el oro".*

Lo cual sirve para recordar lo que se decía al comienzo de este artículo: las comunidades indígenas nos obligan a abrirnos a otras sensibilidades y formas de entender el mundo. Y lo que debemos entender aquí, como lo anotó un participante en este conversatorio, es que cuando los indígenas hablan de producción limpia y orgánica no se refieren sólo a productos saludables: están hablando nada menos que del respeto y cuidado de su territorio y de las personas que están a su cargo, protectoras de la vida y de ese patrimonio de todos que es la naturaleza. Están planteando toda una visión del mundo centrada en la vida y el territorio.

Con semejante respaldo, es muy probable que las Estrellas ganen su propio espacio de intercambio y sean inspiración para los pueblos que construyen autonomía alimentaria y requieren soluciones prácticas a la falta de dinero convencional para dinamizar su economía.

"No podemos decir que vamos a excluir la moneda totalmente, vamos a jugar con las dos, pero vamos a suplir necesidades más urgentes a partir de la moneda complementaria o alternativa."

Un bróker criollo
nos habla de su oficio



Las centrales mayoristas son los destinos a donde finalmente llegan los productos gestionados por los brókers.
Foto: www.logistica78630.blogspot.com

Por: José Luis Muñoz R.
Coordinador de Comunicación Proyecto de Autonomía Alimentaria.

Bróker:
(Del inglés broker).
Agente intermediario en operaciones financieras o comerciales que percibe una comisión por su intervención.
Diccionario de la Real Academia Española.

Don Jacobo Ferreira tiene 55 años pero sigue moviéndose con facilidad en un oficio que le exige estar por la mañana mirando un corte de tomate, por la tarde un cultivo de piña y más tarde uno de lulo, o simplemente observando un lote de ganado que le han pedido que ojee para cerrar un negocio.

Entre visita y visita hace y recibe llamadas por su celular, de suerte que su "oficina" siempre está en movimiento y abierta durante todo el día. En ella, arregla a todo momento un nuevo trato entre docenas de productores de alimentos que tiene en su "portafolio" y cientos de compradores que buscan a diario alimentos a buen precio, que les dejen un margen suficiente de ganancias cuando los pongan en los negocios de los distribuidores minoristas de los pueblos y capitales como Bogotá, Bucaramanga y Barrancabermeja.

Gajes del oficio

Aunque él no considera que sea la forma precisa de definir su oficio, la palabra bróker es la que más se acerca para nombrar la actividad en la que se ha desempeñado los últimos 15 años. El preferiría ser considerado simplemente como una persona que pone en contacto las dos partes de un negocio, una especie de intermediario que usa su conocimiento y experiencia para decir a sus clientes dónde, cuándo y con quién hacer un negocio que les convenga a todos. Sin embargo, Don Jacobo aclara que en materia de conveniencia, el comprador siempre tendrá la sartén por el mango, lo que le permitirá establecer precios con más ventajas que las que ostenta un vendedor.

Cinco negociantes más se mueven en el área en que trabaja Don Jacobo, dedicados a labores similares pero atendiendo sus "propias veredas", con lo cual garantizan que no se meterán en los terrenos del otro y no entrarán en competencia. "Hay para todos", aclara Don Jacobo.

A don Jacobo le gusta más el término comisionista que el de bróker, término este más usual para los corredores y agentes similares que se mueven en las bolsas de valores, esos personajes que hemos visto en las películas o en los noticieros económicos hablando por 3 o 4 teléfonos a la vez mientras no le quitan el ojo a una pantalla de computador por donde desfilan las últimas fluctuaciones de las acciones en las que han invertido sus clientes.



La información sobre transporte y vías es parte del saber que los brókers dominan ampliamente. Foto: María Nancy Robles G.

Negocios simples y directos

Obviamente, nuestro bróker criollo no tiene nada de la soberbia y el engreimiento de la que hacen gala los *yuppies* de la bolsa de valores. Su forma de hablar y su apariencia dicen a las claras que es un hombre de pueblo, de hablar recio y directo, que al igual que muchos de sus clientes no le da mucho rodeo a las cosas a la hora de negociar y va soltando rápidamente las palabras justas: "¿Cuánto pide por ese corte de tomate? Le doy tanto ahora y el resto para cuando recoja la cosecha."

Otro aspecto que diferencia a Don Jacobo de los agentes o brókers tradicionales es que su oficio muchas veces va más allá del simple hecho de poner en contacto a compradores con vendedores para que hagan su negocio. Buena parte de su tiempo lo tiene que invertir en visitar cultivos para valorarlos y poder asesorar a los compradores sobre el precio aproximado que deben pagar; en ocasiones, también tiene que conseguir el transporte y los medios que se requieran para movilizar el producto hacia su destino.

Son muy variadas las modalidades de negocio en los que interviene don Jacobo: a veces él mismo hace de "comprador" directo, aprovechando la información que le llega directamente de sus contactos en las centrales mayoristas, desde donde le informan que están pagando tal producto, digamos que a mil pesos el kilo, lo cual le permitirá ofrecerle al productor 700 pesos más o menos y así obtener un margen de ganancia adecuado, con el cual cubrir costos de transporte y todo lo relacionado con el envío del producto a su destino.

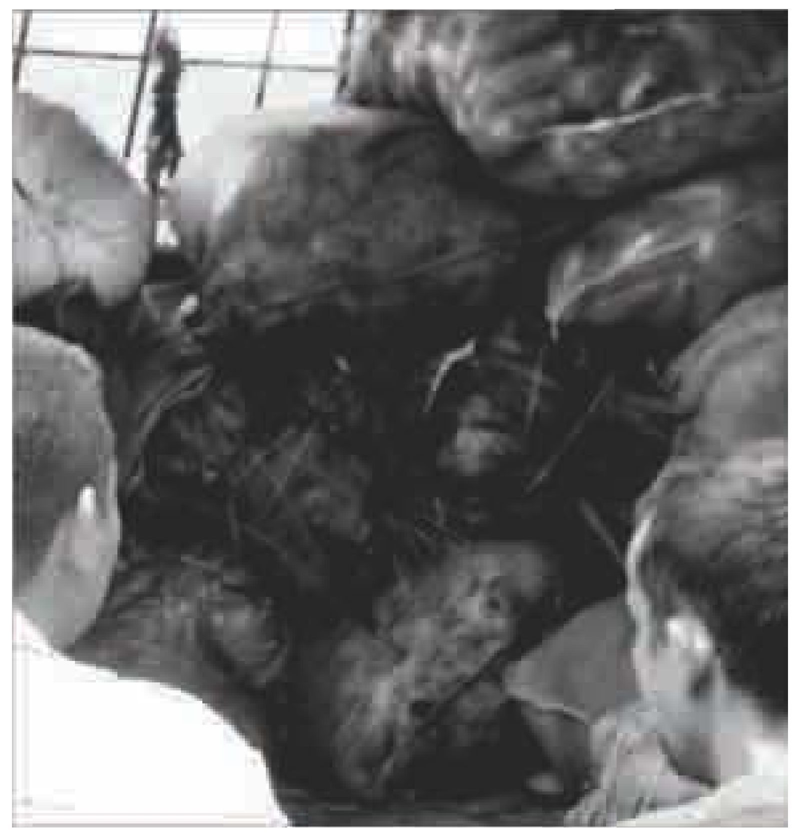
Información es poder

El negocio que representa Don Jacobo se fundamenta en información oportuna, lo cual requiere estar en contacto con muchas personas y distintas necesidades económicas. Por ejemplo, es habitual el caso del comerciante ubicado en la central de abastos que, al observar el movimiento de camiones que llegan de todas partes con los más variados frutos de la tierra, se da cuenta que no ha llegado nada de este o aquel producto. Inmediatamente se pondrá en contacto con Don Jacobo para preguntarle si sabe quién tiene, por ejemplo, mandarina que está escasa, para que proceda a enviar rápidamente un camión con lo que tenga de este producto y poder aprovechar esta oportunidad.

El mundo de los negocios alimentarios en la región, a juzgar por lo que hace y representa don Jacobo Ferreira, todavía no ha entrado en la dinámica especulativa que se viene imponiendo en los mercados internacionales, donde se negocian cosechas con muchos años de anticipación y se habla de futuros, *commodities* y productos financieros de difícil comprensión para los no economistas. Aquí todo es a la vista, al día, pero eso sí con el formalismo suficiente para ir más allá del compromiso de la palabra, como en el caso de la compra de una cosecha todavía en producción, para lo cual se da un adelanto, se firma un contrato y se autentica en la notaría para darle solidez al negocio.

Los negocios grandes que "arregla" don Jacobo oscilan entre los 15 y 20 millones de pesos, de los cuales obtiene una comisión cuyo porcentaje no revela. Por supuesto, no en todos los productos que negocia se mueven sumas grandes, pero entre uno y otro tiene la garantía de que estará ocupado buena parte de su tiempo: patilla, lulo, tomate, papa criolla, piña, cítricos y arveja van saliendo a lo largo del año. Y cuando las cosechas de estos productos pasan, le queda el ganado y el café para seguir haciendo negocios.

Siempre en movimiento, contestando una llamada o informando a sus clientes de la calidad de un cultivo que está a punto de salir, calculando la cantidad de canastillas que producirá ese corte de tomate o cuantos kilos saldrán de ese lote de ganado que acaba de visitar, don Jacobo Ferreira representa para productores y compradores una figura importante, alguien que siempre manejará información necesaria y valiosa para la marcha del negocio alimentario en la región.



Los brókers se encargan de labores diversas, entre las que se destacan la distribución de cargas hacia las capitales. Foto: María Nancy Robles. G.

El negocio alimentario:

Menos hambre

y más ingresos para todos



Los vendedores de alimentos en las calles representan los esfuerzos de la comunidad de mantenerse en el negocio alimentario.
Foto Adriano Lemus Castrillón.

Por Néstor Mendieta Cruz.
Coordinador General Proyecto Autonomía Alimentaria en 12 Municipios del Sur y la Ribera del Cesar

Una idea muy socorrida en las diferentes comunidades colombianas es aquella que plantea que la comida siempre será un buen negocio. Esta especie de sabiduría popular procede de entender al alimento como lo que los economistas llaman una variable inelástica. Es decir, como un rubro dentro de los presupuestos que nunca se elimina y que es el último que se reduce cuando se afronta una crisis económica. La gente podrá prescindir de gastos suntuarios, aún de ropa y artículos de aseo, disminuirá sus costos de vivienda y educación, pero tratará de preservar recursos para su subsistencia alimentaria. Evidentemente, siempre será buen negocio ofrecer algo que nunca dejará de necesitarse.

Los gastos en comida que se generan en el mundo son realmente elevados. Basta con suponer que las familias de nuestro país gastan en promedio, digamos, $300.000 mensuales en alimentos. Haciendo cuentas (por favor, hágalas usted mismo amable lector) se trataría de un mercado de más de 43 billones de pesos al año. Sin duda es un área de mercado bastante atractiva. Incluso, las familias más pobres también gastan mucho dinero en alimentos. De acuerdo con los recientes estudios de la Corporación Obusinga, las familias de los municipios del sur y la ribera del Cesar gastan entre 45% y el 61% de sus ingresos sólo en los alimentos.

“…las familias de los municipios del sur y la ribera del Cesar gastan entre 45% y el 61% de sus ingresos sólo en los alimentos.”

Hace unos años, Prahalat, un administrador de empresas de origen indio, que buscaba ampliar la base de negocios de las grandes compañías, inventó un renglón al que llamó “negocios en la base de la pirámide”. Pensó en vender productos a la gente pobre, es decir, a quienes conforman la base de la pirámide económica de la sociedad, como una forma de obtener ganancias. Los pobres no tienen mucho dinero, analizó él, pero son muchos. Así que, con una buena estrategia de mercado, los negocios en la base de la pirámide pueden producir buenas ganancias.

Por ejemplo, las gentes pobres de nuestro país (el 48% según el PNUD) gastan más de la mitad de sus ingresos solamente en alimentos. Si usted lograra venderle una libra de arroz a cada familia pobre de Colombia tendría ventas por el orden de 8 mil cuatrocientos millones de pesos. Qué tal si le vende dos libras o si le vende una cada semana. Sus ganancias podrían ser muy jugosas. En conclusión, vender alimentos sigue siendo un buen negocio, así se los vendan solamente a gente pobre.



Las tradicionales tiendas o mercados pequeños están siendo desplazados del negocio alimentario por las grandes superficies o hipermercados.
Foto Martha L. Rincón Paredes.

Tal vez por esa verdad de a puño, en el pasado la mayor parte de la población colombiana vivía de algún negocio ligado a las cadenas alimentarias. Hace apenas medio siglo, más de la mitad de los colombianos se dedicaba a labores de tipo alimentario. Bien fuera como productoras, transformadoras, transportadoras o comercializadoras de alimentos, la mayoría de personas estaban ligadas a las cadenas alimentarias en un rol adicional al rol inevitable de consumidoras. Todo esto, sin contar con aquellas personas que trabajaban en la fabricación de artículos de cocina, cubiertos, vajillas, comedores, etc.

Sin embargo, desde el punto de vista laboral, en las últimas décadas se ha presentado, en cantidades descomunales, la expulsión del renglón alimentario de las familias y trabajadores que tradicionalmente vivían de él como campesinos, transformadores artesanales de alimentos y pequeños comerciantes. Actualmente, la proporción de trabajadores del sector alimentario es mucho menor que en el pasado y éstos se asemejan más a operarios de maquinarias, ejecutivos de ventas e impulsadores comerciales.

Ahora bien ¿Quién se está quedando hoy con todo el dinero proveniente del próspero negocio alimentario? Grandes inversionistas son quienes ahora se están apoderando de este renglón de la economía. La revista semana reportó en días pasados que "pesos pesados del capital nacional, como los Santo Domingo, planean para 2012 tener 21.000 hectáreas cultivadas en soya y maíz, en tierras alquiladas, o comprar el grano a los campesinos para secar el producto en una planta en la zona y sacarlo por el río Meta".

Así mismo, el negocio de la distribución de los alimentos es cada día más copado por las llamadas grandes superficies. Supermercados e hipermercados han desplazado a millares de pequeños tenderos y se ubican como los principales distribuidores de alimentos para la población colombiana. Y ya no se trata de radicarse solamente en las grandes ciudades, pues cualquier población que cuente con más de 300 mil habitantes ya es objetivo de expansión comercial de estos monstruos mercantiles. Los almacenes Éxito, por ejemplo, anunciaron que planean invertir en este año la bobadita de 160 millones de dólares en su red de supermercados mientras que su poderoso competidor francés, Carrefour, ha anunciado que para 2011 planea capturar cuota de mercado de "tiendas de barrio" que siguen representando una gran proporción de las ventas de supermercados nacionales.

Por su parte, las políticas de nuestros gobiernos parecen ajenas a estas transformaciones. En los discursos ligados al problema alimentario se tiende a ver el asunto de la producción de alimentos como un suceso aislado del acceso y el consumo de los mismos. De cierto modo, estos planteamientos han asumido que, naturalmente, los alimentos son producidos por grandes compañías y que las personas que padecen hambre son solo estómagos vacíos a los que se debe asistir para que puedan recibir el fruto de los negocios alimentarios. En buena medida, ha sido el desplazamiento laboral de las familias colombianas que se dedicaban al renglón alimentario el que ha conducido al desempleo y este a su vez al hambre.

Acaso no sería posible revertir el proceso y desde el empleo alimentario para las comunidades atacar el hambre. Resulta de una enorme importancia evidenciar las posibilidades de empleo y desarrollo que los circuitos alimentarios pueden representar para las familias que padecen hambre. Sin duda, las cabezas de estas familias, casi todas de origen campesino, tienen la capacidad para producir alimentos con calidad y eficiencia, y así mismo participar dignamente en la economía de sus países. De igual manera, el desarrollo de estas modalidades de empleo, desde la base para alimentar a la base, puede tener enormes efectos positivos sobre el bienestar alimentario y nutricional de los pueblos. No obstante, es necesaria una decisión política y un compromiso gubernamental para que se produzca la democratización del negocio alimentario como una estrategia para el desarrollo digno, incluyente y sostenible de nuestro país.

¡Qué buena papa!

Por Mariela Mantilla Navas.
Enfermera Jefe, Corporación Obusinga.

La papa es una planta originaria de América. Aunque se desconoce su antigüedad, se presume que fue domesticada por los Collas, hoy Aymaras de la cultura Tiahuanco que se desarrolló al Oeste de Bolivia, en la región comprendida entre los lagos Titicaca y Poopó. Fue descubierta en Colombia por la expedición de Gonzalo Jiménez de Quesada en la provincia de Vélez, en el año 1537.

La palabra "papa" es un vocablo quechua que significa tubérculo. Posee más especies silvestres (228) afines que cualquier otro cultivo y está ampliamente distribuida en América, desde la región suroeste de Estados Unidos hasta el extremo sur de la Cordillera Andina. Es un alimento que caracteriza a la cultura alimentaria andina que ha tenido una distribución y aceptación por todo el mundo.

¿Enchaquetada o en bolsa?

Quién no recuerda o a quién sus padres o abuelos no le han contado que en antiguas épocas la papa era uno de los alimentos más populares en los paseos familiares y las loncheras de los niños, en diversas presentaciones: papas chorriadas, enchaquetadas o chaquetiadas, saladas o sencillamente papas cocidas, que usualmente acompañaban a un huevo cocido, un trozo de carne, una butifarra, una longaniza o un chorizo, y bastaba una libra de papa para la lonchera de los tres o cuatro muchachitos estudiantes o escuelantes como los llamaban los más abuelos en ese entonces.

Con el pasar del tiempo, la sociedad se ha modernizado y de igual manera la papa tradicional de la lonchera escolar se transformó para convertirse en papas fritas de paquete, que como ayer también vienen en diversas preparaciones: natural, de pollo, limón, ranchera, queso, picantes y en fin como la sociedad de consumo las prefiera y, mejor aún, listas para consumir: "del paquete al paladar".

Sin duda alguna, la comodidad que brindan las papas de paquete, al no tener que prepararse ni complicarse con su envase y conservación, unida a los sabores artificiales que cautivan el paladar del consumidor, son los argumentos que más pesan en el momento de decidir quenbrindar a nuestros hijos para su lonchera.

Sin embargo, es necesario mirar las ventajas o desventajas de uno u otro producto, teniendo en cuenta dos aspectos: por un lado el nutricional, muy ligado a la salud, y por el otro el costo del producto, muy ligado a la economía familiar.

¿Qué hay en una papa frita?

Desde el punto de vista nutricional, vamos a intentar comparar el contenido de calorías y nutrientes aportados por 100 gramos de papa tradicional y 100 gramos de papas fritas industrializadas y empaquetadas:

COMPONENTE NUTRICIONAL EN 100 GRAMOS						
Producto	Calorías	Proteínas	Hierro	Calcio	Grasa	Vitamina C
Papa negra casera	72,8	1,52	0,8	1,6	0,08	12,8
Papa frita de paquete	315,0	4,00	0,8	19,0	16,60	10,0

Fuente: Tabla de Aporte Nutricional de Alimentos del ICBF

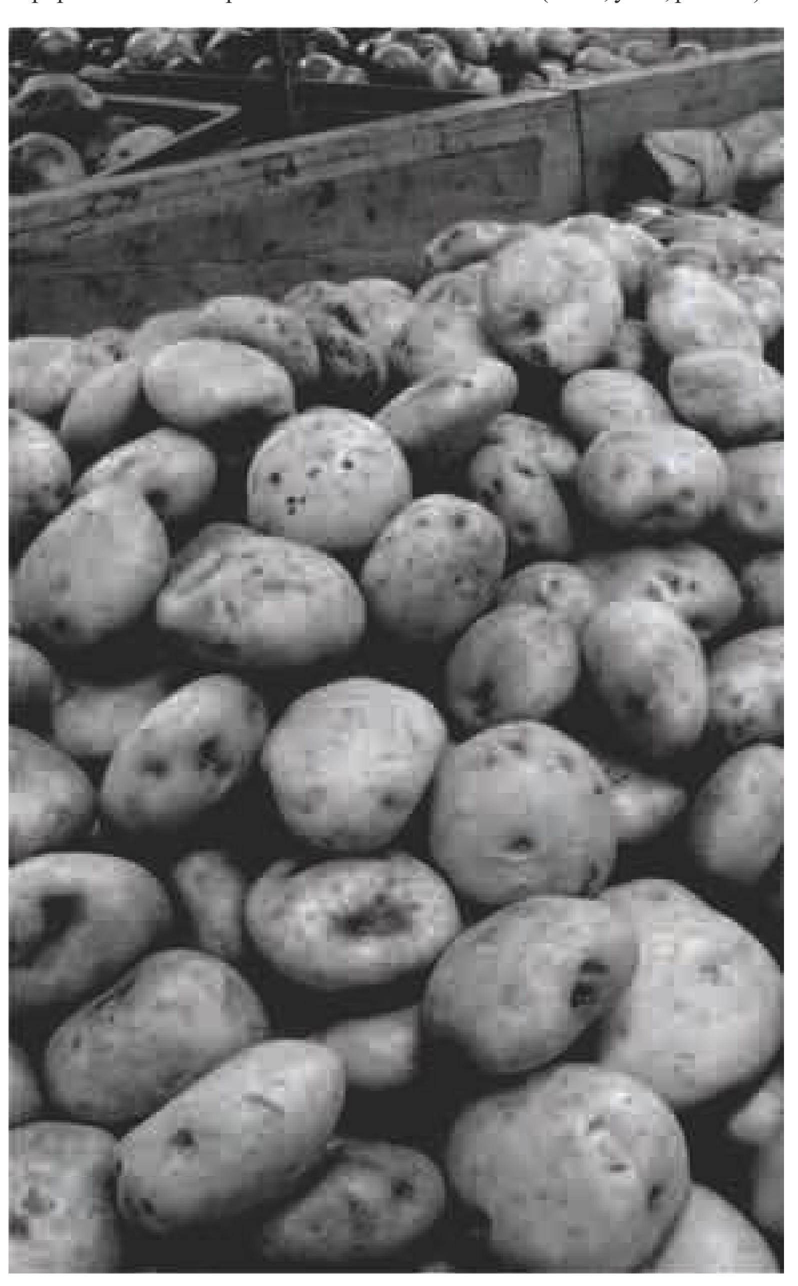
El cuadro anterior permite apreciar que las papas fritas de paquete presentan un valor calórico 4 veces superior al valor calórico de la papa negra casera y su contenido de grasa es 207 veces superior, debido a su alto contenido e impregnación de aceite.

Estos valores efectivamente superiores, podrían hacer pensar, desprevenidamente, en ventajas o cualidades de las papas de paquete, pero al contrario, son contraproducentes ya que representan un riesgo para la salud, pues se está consumiendo un producto que no sacia el hambre y si aporta gran cantidad de calorías que conducen al sobrepeso, obesidad, problemas cardiovasculares y diabetes, además de que pueden estar sustituyendo otros alimentos de mayor valor nutricional.

De igual manera se puede ver que las papas de paquete contienen 11,9 veces más calcio que la papa casera, aportado principalmente por la sal y las sustancias saborizantes que se le adicionan, lo cual también ayuda a que se incremente la tensión arterial en los consumidores que tienen este problema o están predispuestos a ella. Adicionalmente, la cocción de las papas industrializadas a grandes temperaturas hace que se pierda parte de la vitamina C que contienen, haciendo que su valor nutricional sea aún más bajo.

En otras palabras, las papas de paquete o papas industrializadas son un producto con un altísimo nivel calórico, alto contenido de sal y un escaso aporte de vitaminas y minerales (calorías vacías), lo que popularmente se conoce como "comida chatarra".

Lo anterior, supone que desde el punto de vista nutricional no se justifica de ninguna manera que las papas de paquete o industrializadas sustituyan la papa casera o cualquier otro alimento tradicional (arroz, yuca, plátano).



La papa tradicional, preparada en casa, se convierte en una excelente alternativa para proteger la economía familiar.

Qué buena papa…cara

Ahora bien, vamos a comparar estos dos productos, papa casera versus papa de paquete, desde el punto de vista económico:

COSTO PROMEDIO EN EL CESAR					
Producto	**Gramos de compra**	**Costo**	**Costo de 100 g**	**Calorías x 100 g**	**Precio de la caloría**
Papas cocidas caseras	500 g	$520	$104	72,8	$1,43
Papas fritas de paquete	40 g	$800	$2.000	315	$6,35

Fuente: Valores promedio provenientes de las bases de datos del estudio de CAB de 12 municipios del Cesar

Según el cuadro, una libra de papa casera (500 gramos) tiene un costo promedio de $520 en los municipios del sur y la ribera del Cesar, mientras que los 40 gramos que pesa en promedio un paquete de papas fritas cuestan alrededor de $800 pesos en la misma región.

Si unificamos la unidad de medida que nos permita comparar, podemos apreciar que 100 gramos de papas de paquete tienen un costo promedio de $2.000 mientras que el precio promedio de 100 gramos de papa casera es de $104, siendo 19 veces menor con relación al costo de las papas fritas de paquete.

Aún más, si se cuantifica el costo por cada caloría aportada, las papas fritas de paquete o industrializadas, pese a su alto contenido calórico, no salen bien libradas ya que el costo de una caloría aportada por ellas es 4,4 veces más que el costo de una caloría aportada por la papa casera o tradicional.

Como ven, también desde el punto de vista económico, la papa tradicional, preparada en casa, se convierte en una excelente alternativa para proteger la economía familiar y una vez más se demuestra que los productos alimenticios procesados, además de ser de menor valor nutritivo, resultan mucho más costosos para el presupuesto de las familias.

Finalmente, vale la pena cuestionarnos si se justifica reemplazar un alimento sano, propio, que podemos preparar de diversas formas, por un producto procesado que aunque utiliza el alimento original como materia prima, no alcanza a igualar ni mucho menos a superar sus cualidades nutricionales sin poner en riesgo la salud de quienes los consumen.



La cocción de las papas industrializadas a grandes temperaturas hace que se pierda parte de la vitamina C que contienen, haciendo que su valor nutricional sea aún más bajo.

Recetas

En la receta que hemos escogido para esta edición se usan muy acertadamente los ingredientes de la región para obtener un plato económico, delicioso y muy fácil de cocinar. Se suele preparar cuando escasea el bocachico y el bagre, por lo que se acude al moncholo, en lugares como Campo Amalia y Boquerón, veredas del municipio de Aguachica.



Pito pito (moncholo) y arroz con coco

Ingredientes:

Para el guiso pito pito:
Moncholo, zanahoria, pimentón, cebolla, cebollín, tomate y aceite.

Para el arroz con coco:
Arroz, coco, azúcar, sal y uvas pasas.

Preparación:

El guiso:

Se ahuma el pescado (moncholo), luego se desmecha sacándole todas las espinas. En un recipiente aparte se ralla la zanahoria, se pican el pimentón, la cebolla y el tomate y se pone a freír con buen aceite. Apenas estén sofritos los vegetales se echa el moncholo y se se deja sofreír hasta que coja consistencia. La zanahoria y el pimentón le dan el color al guiso.

El arroz de coco:

Se pelan los cocos, se licúan y se cuelan dejando sólo el agua. Se pone el agua en un caldero al fuego y se deja secar hasta que salga el aceite y queden grumos de coco. Se añade el arroz, se endulza y se le da sal al gusto, de forma que quede en un punto ni dulce ni salado. Cuando hierva se le ponen las uvas pasas y se espera a que seque el arroz.

El pito pito se sirve acompañado de patacones y jugo de fruta fresca.

Información tomada del Recetario Regional del Sur del Cesar, publicado por el Programa de Desarrollo y Paz del Magdalena Medio, Acción Social y la Gobernación del Cesar.

En el 2020 Aguachica encontró su destino, de la mano de hombres y mujeres que soñaron con una ciudad alegre, educada y bien alimentada. ¿Cómo lo hicieron? La respuesta la ofrece la siguiente historia elaborada por Pedro Pablo Rincón, con base en la visión de futuro propuesta por el Equipo Gestor de Autonomía Alimentaria de este municipio.

Aguachica no sabía qué quería ser... *cuando grande.*





La dulzura de los kequis de Puerto Patiño entró a formar parte del patrimonio alimentario del municipio. Foto: José Luis Muñoz R.

Cuentan que cansada de nombrarse "chica", Aguachica quiso ser tan grande que un día alcanzó 4 veces su tamaño…Y entonces no supo qué hacer, ni cómo.

Narra la historia que por allá en la década del 50 del siglo pasado, con la inauguración de la carretera del interior a la costa Caribe, llegaron a Aguachica miles y miles de personas de todo el país, atraídos por el auge de la agricultura empresarial de algodón y palma africana. Creció tanto y tan rápido que nunca pensó en prepararse para ser grande.

Dicen los que saben que esto les acarreó en un principio serios problemas de insuficiencia administrativa, corrupción política, desempleo, pobreza, hambre, inseguridad, violencia, mezcla de idiosincrasias y falta de identidad, entre otros. Con el tiempo, esta situación desembocó en una Aguachica impulsada por una decena de visiones distintas sobre la ciudad, que no le permitían jalonar su desarrollo hacia el mismo lado.

Pasaron muchos años, hasta que en el 2010 el Equipo Gestor de Autonomía Alimentaria, un grupo de ciudadanos inquietos que se habían organizado alrededor de una actividad de recuperación de memoria alimentaria que tenía lugar en la ciudad, propuso lograr un gran acuerdo, algo sentido y común a todos y por lo que estuvieran dispuestos a moverse individualmente: una visión compartida de su ciudad que recogiera su deseo de grandeza, de progreso, de salud y de identidad.

Una vez debatida y discutida ampliamente, la idea fue acogida por los grupos organizados, el gobierno y los líderes de la comunidad. Entonces, se convocó a todos a construir una visión tan incluyente y compartida que fuera capaz de movilizar la mayor cantidad de personas en torno a ella. Las dos visiones que demostraran mayor participación de grupos organizados se someterían al voto popular, para que fuera el pueblo, en su sabiduría, quien escogiera la nueva visión de desarrollo para la ciudad.

Con el sentimiento de que se les estaban metiendo al rancho, y queriendo tomar la delantera, la primera en salir al ruedo fue la entrenada visión política.

Con el lema "Aguachica Capital", los sectores políticos, unidos por el miedo a perder su poder, propusieron que el desarrollo de Aguachica estaba asegurado si lograban arrebatarle la posición de ciudad capital a Valledupar. Visionaron una ciudad con aeropuerto internacional, sistema de transporte masivo, todas las calles pavimentadas, grandes obras de cemento, centros comerciales, playas artificiales, equipo de futbol, amnistías en los impuestos y hasta un festival que llamaron "El verdadero y nuevo festival mundial de la leyenda vallenata", etc. etc. etc.

Los grandes empresarios, ganaderos, hacendados y sectores más pudientes, salieron al paso con una visión pomposa y cosmopolita. Con el lema "Aguachica la más grande y global", propusieron un modelo basado en los macro-proyectos, la seguridad y la confianza inversionista. Visionaron una ciudad con su propia hidroeléctrica, cambiar el curso del Río Magdalena, triplicar las plantaciones de palma, consolidar la ganadería extensiva, modernos centros comerciales, parques temáticos, clubes privados, aeropuerto de carga, puerto multimodal, etc.

No tardó mucho en aparecer una visión verde, soñadora y festiva, de parte de los gremios de artistas, cultores, ambientalistas y algunas ONGs. Con el lema "Aguachica, la fiesta verde", propusieron que el camino más seguro al desarrollo era el turismo cultural y ambiental.

Visionaron una ciudad con un carnaval más grande que el de Barranquilla; festivales nacionales e internacionales de cultura, danza, fandango y vallenato. Escuelas de artes y oficios, empresas de turismo, hoteles con posadas nativas, turismo ecológico y de aventura, entre otros.

El sector de la academia por fin salió de su silencio. Con el lema "Aguachica ciudad educadora", propuso un modelo basado en garantizar una buena educación para todos, como única salida para generar mayores oportunidades de desarrollo. Visionó una ciudad con centros educativos certificados en calidad, coberturas totales, educación pertinente, plantas de profesores especializados, apertura de universidades, la más grande sucursal del SENA, planes de nutrición infantil, programas de becas por rendimiento académico, intercambios internacionales, etc.

El Equipo Gestor de Autonomía Alimentaria unió al sector campesino con pequeños productores, grupos cooperativos y juntas comunales. Con el lema "Aguachica crece natural, organizada y bien alimentada", este equipo propuso la producción limpia, el equilibrio ambiental y la seguridad alimentara como ejes del desarrollo. Visionaron una ciudad con mayor inversión en el campo, una producción diversificada, mejoramiento de las vías rurales y desarrollo de la producción orgánica con autonomía alimentaria y una gastronomía propia y saludable.

Aguachica sería gran productora de agua, reforestada y con cuencas protegidas, todo esto liderado por grupos organizados en un ambiente de mayor participación ciudadana.

Luego de que cada grupo socializara ampliamente sus propuestas, vino el evento de encuentro de visiones para escuchar las argumentaciones e intentar seleccionar las dos de mayor respaldo colectivo. Cada visión tenía un cupo máximo de 100 personas representativas de su sector y 45 minutos para presentarla y convencer al auditorio.

Había cerca de mil personas y los ánimos se fueron caldeando con cada exposición. Arengas, vivas y abajos se escucharon por doquier.

Espontánea y rápidamente, el público se polarizó en dos bandos: de un lado los que apoyaban la visión de los empresarios y políticos. Del otro, los que apoyaban la visión de los artistas, los campesinos y la academia. La prensa nacional registró el evento como algo insólito y único en el país.

Al final del evento se propuso juntar las dos vertientes y construir con su propuestas dos nuevas visiones para someterlas al escrutinio de las mayorías en la urnas. Los lemas de las dos nuevas visiones quedaron así: "Aguachica capital Global", y "Aguachica crece alegre, educada y bien alimentada".

Los grupos, cada uno organizado alrededor de su visión, inventaron una y mil estrategias para conseguir los votos que necesitaban.

Los de "Aguachica Capital Global", apelaron a las estrategias que más resultados políticos les habían dado: inundaron la ciudad de afiches, volantes y pasacalles; llovieron las promociones, los descuentos en centros comerciales y las horas de internet gratis; los ganaderos regalaban vasos de leche, los políticos repartieron cuadernos, hicieron brigadas de salud, repartieron medicamentos, peluquearon a todos los niños gratis y quemaron pólvora por montones. En cada reunión repartieron perros calientes, salchipapas y hamburguesas, dieron degustaciones de licor y sortearon electrodomésticos. Los palmeros rifaron puestos de trabajo y prometieron que si ganaban darían un empleo a cada familia. Regalaron miles de camisetas estampadas con frases como "Bienvenidos al futuro", "El mañana es hoy", "Súbase al avión del desarrollo", entre otras.

Por su parte, los de "Aguachica crece alegre, educada y bien alimentada" se la jugaron por estrategias de campaña más personalizadas y novedosas: visitas casa a casa, almuerzos en familia, conversatorios sobre salud y alimentación sana, talleres de preparación de alimentos y mercados campesinos con "ñapa". Organizaron un festival para escoger los cinco platos más arraigados, en el que ganaron el sancocho de gallina criolla, la viuda de pescado con yuca, la sopa de fríjol con carne, la mazamorra de maíz tierno y la carne guisada de chivo o animal de monte. Promovieron degustaciones de bebidas y jugos naturales como la chicha, la limonada, aguadepanela con limón, y preparaciones con frutas de la región como lulo, mango, guanábana, borojó, feijoa y guayaba agria.

También hubo caminatas ecológicas con siembra de árboles, tertulias y exposiciones de arte, muestras callejeras de danza, música, teatro y títeres, concurso infantil de pintura sobre la "ciudad soñada", ferias de canje de cachivaches y bazares todos los domingos, con el lema "todos ponen, todos comen".

Después de seis meses intensos de campaña, legó el día de la verdad. Como garantes asistieron la prensa nacional, la Registraduría, los jueces, delegados de la OEA, miembros del MOE y representantes de cada visión. Se había fijado que podían votar, previa inscripción, todas las personas mayores de 15 años. Salió tanta gente a votar que parecía que todos los pueblos vecinos estuvieran participando.

Los titulares de los diarios dan cuenta del éxito de la jornada: "Triunfó la verdadera democracia", "Aguachica jamás será la misma", "Multitudinaria participación premió al sentido común", "Ganó la claridad, la creatividad y la sensatez", "Derrotados por fin los politiqueros de siempre", "Esta vez no hubo quien vendiera su voto", "La gente prefirió comer limpio y saludable a seguir tragando entero", "En Aguachica habrá agua, aire, tierra y comida para rato". Sobra decir entonces que arrasó la visión "Aguachica crece alegre, educada y bien alimentada".

Ya han pasado diez años de aquel glorioso día de elecciones y desde entonces muchas cosas han cambiado en Aguachica. El campo volvió a florecer y fructificar con el apoyo decidido de los gobiernos locales regionales y nacionales. Gracias a la compra de terrenos de reserva, los bosques de árboles nativos crecieron, las microcuencas de agua están reforestadas y los animales de monte se han multiplicado.

Los agricultores han hecho del programa de capital semilla abundantes cultivos orgánicos de yuca, plátano, ahuyama, batata y maíz. El mercado campesino se llenó de frutos frescos y limpios como mango, lulo, borojó, guanábana, níspero, zapote, guayaba agria, maracuyá, badea y curuba.

Con el programa de patios productivos las casas están floridas y llenas de huertas caseras. Se cosecha tomate, cebolla, perejil, cilantro, zanahoria y otras variedades de hortalizas.

Con tan abundante y diverso mercado, volvió a ser costumbre almorzar en familia los domingos alrededor de un sancocho de gallina criolla, una viuda de pescado con yuca, la sopa de fríjol con carne, la mazamorra de maíz tierno, la carne guisada de chivo, sopa macha, ajiaco o una deliciosa carne asada.

La alimentación sana, el carnaval y la calidad de la educación son ahora referentes de identidad que hacen sentir orgullosos a los aguachiquenses. La comunidad entendió el valor de la organización y el poder de la participación ciudadana. Todos los alcaldes posteriores han tenido que comprometerse con la continuidad de esta visión de futuro antes de ser elegidos.

Tener una visión compartida le ha significado a Aguachica los siguientes reconocimientos y títulos: "Aguachica, modelo de desarrollo sostenible", "Municipio con autonomía alimentaria", "Municipio Saludable de Colombia", "Zona de Reserva Alimentaria del Cesar", "Municipio productor agua y reserva de Biosfera", "Mejores pruebas del saber del País", "Embajadores nacionales del Fandango", "Puerta de Oro de la Ruta del Sol", y claro, su sueño dorado: "Aguachica, capital cultural del Cesar".

En el 2022 Aguachica ya es un municipio muy grande…Y por fin pudo recordar que justamente lo que es hoy, es lo que siempre quiso ser de grande.



La zona ribereña de Aguachica hizo valer la tradición de sus ciénagas en la construcción de la Visión 2020. *Foto: José Luis Muñoz R.*

El gasto en alimentos de las familias del Cesar

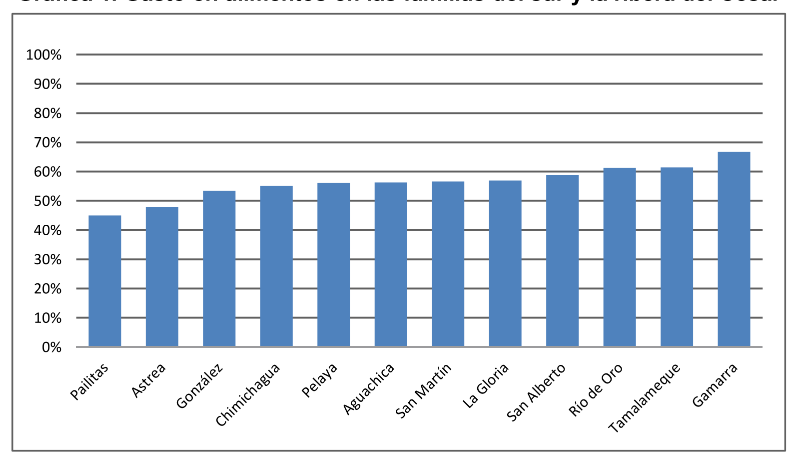
Por: Néstor Mendieta Cruz.
Coordinador General Proyecto de Autonomía Alimentaria en 12 Municipios del Sur y la Ribera del Cesar

Para los expertos, una de las formas de saber qué tan desarrollado está un país o una región consiste en medir el gasto en alimentos de sus familias. Para saberlo, hay que conocer todos los gastos en que incurren las familias y luego determinar la proporción de ese gasto que corresponde a los alimentos.

Entre mayor sea esa proporción, mayor es también la pobreza. Para poder comparar, el gasto en alimentos entre las familias de los países desarrollados es del 18%.¿Cómo estará la situación en el Cesar?

En la gráfica 1 se puede apreciar el gasto en alimentos para los diferentes municipios estudiados.

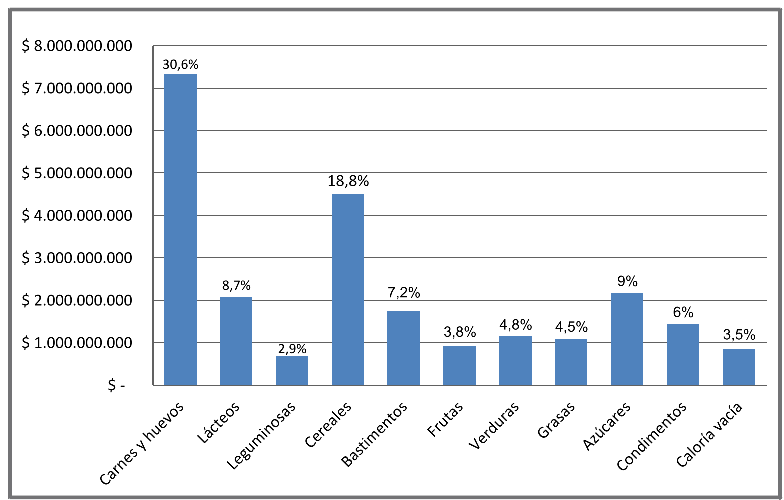
Gráfica 1. Gasto en alimentos en las familias del sur y la ribera del Cesar



Como puede verse, el gasto en alimentos oscila entre el 45% y el 67% (Pailitas el más bajo y Gamarra el más alto) y en prácticamente todos los casos las familias gastan más de la mitad de sus ingresos solamente en alimentarse. Esto se debe a que sus ingresos son muy bajos, los alimentos costosos y casi todo se invierte solamente en comida.

Ahora bien, ¿cómo distribuyen el dinero que gastan en alimentos las más de 60 mil familias de la estas zonas del Cesar? En la gráfica 2 podremos ver no solo la proporción de sus gastos sino también la cantidad de dinero que, aún siendo pobres, gastan en los distintos grupos de alimentos.

Gráfica 2. Compra mensual de alimentos de las familas del sur y la ribera del Cesar.



En el eje vertical de la gráfica anterior (a la izquierda) vemos la cantidad de dinero que las familias de la región gastan en cada uno de los grupos de alimentos y, sobre cada una de las columnas, el porcentaje que el grupo representa frente al total del gasto alimentario.

Analicemos 5 hallazgos de la investigación:

1. Las carnes y los huevos son los alimentos en que más gastan las familias (más de 7 mil millones mensuales que corresponden al 30,5% del total de gasto en alimentos). Probablemente, este primer lugar de las carnes y huevos se debe a que son los alimentos más costosos y también los más apetecidos por la población.

2. En segundo lugar se aprecia que el 18% del gasto en alimentos se destina a los cereales. Y, muy seguramente, la mayor parte de ese gasto corresponde al arroz que es el alimento más consumido por las familias de la región. Algo más de 4 mil quinientos millones de pesos mensuales se gastan solamente en este rubro.

3. Es sorprendente que el tercer grupo de gastos corresponda a los azúcares. Entre la panela y el azúcar, las familias de la región gastan más de dos mil millones de pesos al mes. Lo grave de esta cifra es que estos alimentos ofrecen muy pocos nutrientes y el exceso de su consumo produce consecuencias negativas para la salud.

4. Algo semejante ocurre con las calorías vacías. Allí agrupamos a todos aquellos alimentos y bebidas industrializadas que no aportan nutrientes sino solamente calorías y que algunos llaman "comida chatarra". Dentro de ellos están las gaseosas, los refrescos concentrados, comida de paquetes, dulces, caramelos, salsas artificiales y caldos concentrados. Entre las familias del sur y la ribera del Cesar se gastan, o se despilfarran, más de 850 millones de pesos al mes en este tipo de productos nocivos.

5. Como puede verse, se gasta casi la misma cantidad de dinero en la "comida chatarra" que en las frutas (chatarra 3,5% y frutas 3,8%). Y, en leguminosas, como el fríjol y la arveja, se gasta todavía menos, apenas el 2,9%.

¿Qué pasaría si todo lo que se gasta en "chatarra" y la mitad del gasto en azúcares (mal sumados unos 1.850 millones de pesos al mes) se invirtiera en frutas, verduras y leguminosas? ¿Ustedes qué opinan?

Nota: *La información estadística suministrada proviene del Estudio de Canastas Alimentarias Básicas, realizado en el año 2010 por la Corporación Obusinga, en el marco del Proyecto de Autonomía Alimentaria que operan la Corporación Compromiso, la Corporación Desarrollo y Paz del Magdalena Medio y la Corporación Obusinga, con la financiación de la Unión Europea.*

IMÁGENES QUE ALIMENTAN

Inspirados por Hungry Planet (Planeta Hambriento), del fotoperiodista Peter Menzel, los integrantes del Equipo Periodístico Alimentario Regional hicieron su propia exploración del mercado que compran y consumen las familias en la región. Nexy Liliana Chinchilla es la autora de la imagen que les presentamos en esta edición.



Familia de Río de Oro, Cesar
Costo de mercado semanal: $62.900
Fotografía: Nexy Liliana Chinchilla